

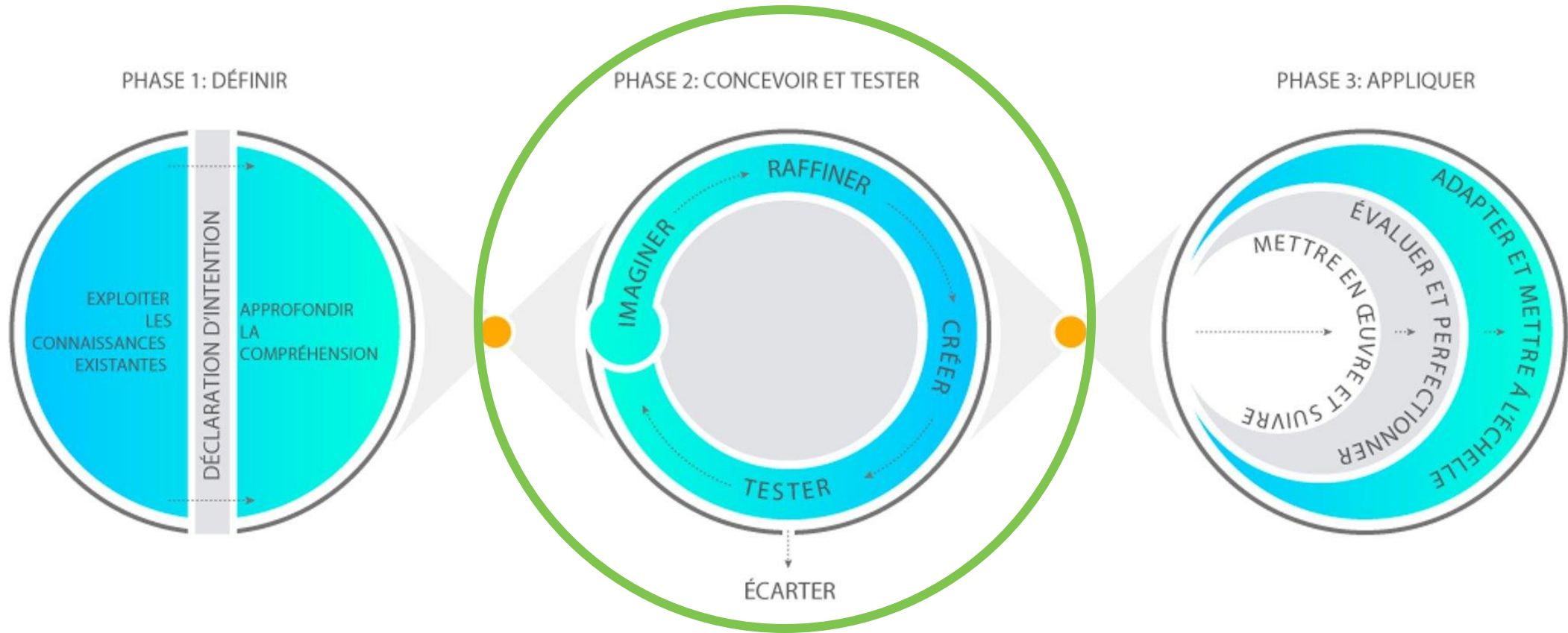
Planification et mise en œuvre de programmes de changement social et de comportement en matière de planification familiale et santé reproductive

Session 3 : Concevoir et Tester



SBC FLOW CHART

DIAGRAMME DE PROCESSUS DE CHANGEMENT SOCIAL ET DE COMPORTEMENT

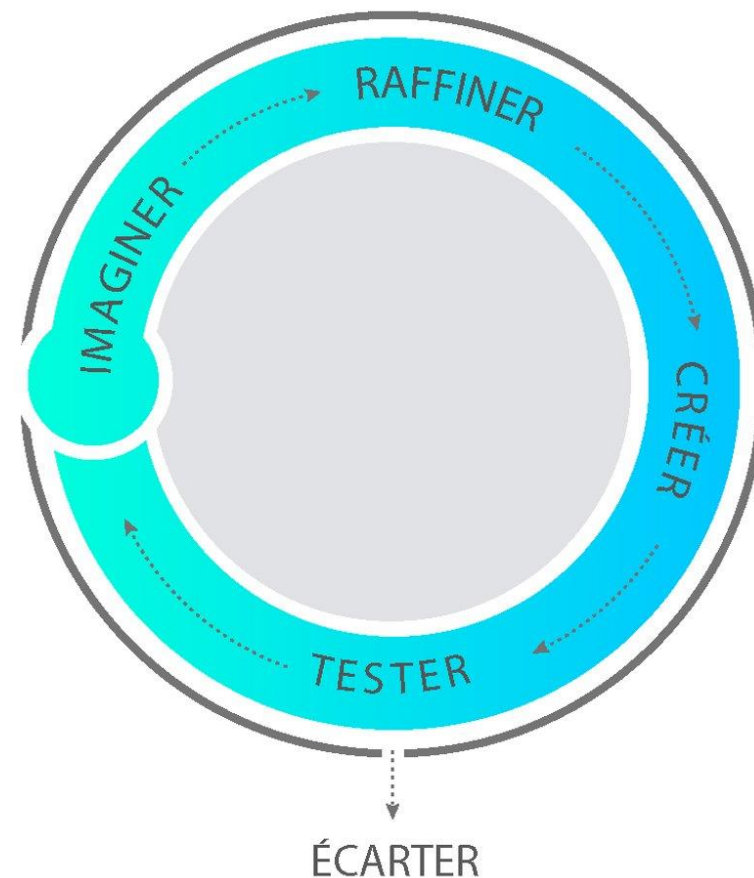


Phase Concevoir et Tester

La phase 2 comprend quatre étapes que les professionnels devront suivre de manière itérative :

- Imaginer un nouvel avenir.
- Affiner les idées initiales pour en faire des concepts plus concrets.
- Itérer les prototypes.
- Tester.

...Répéter ces étapes!



Imaginer

Imaginer

Cette étape commence généralement par un atelier de travail en différents groupes intitulé « Imaginer » dont les objectifs sont les suivants:

- Utiliser les connaissances acquises lors de la phase Définir.
- Réunir les parties prenantes afin de les amener à trouver des idées porteuses de « solutions » (le plus grand nombre possible !).
- Les participants sont encouragés à sortir des sentiers battus, en n'excluant aucune idée.
- S'inspirer de plusieurs disciplines et laisser libre cours à une réflexion divergente.



Crédit photo: Brooke Cretz

Etude de cas : Imaginer

Que feriez-vous?

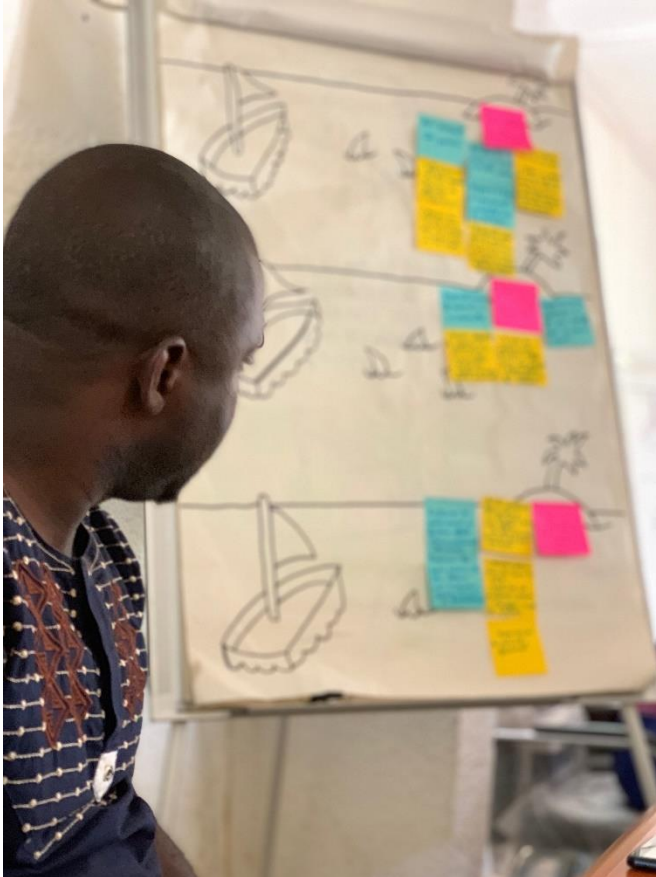


Photo Credit: Brooke Cretz

Imaginer des solutions ou des activités potentielles pour répondre à chaque objectif de la campagne Merci Mon Héros :

- Dessiner, noter ou enregistrer vos idées !

Etude de cas : Imaginer

Examen des objectifs de la campagne Merci Mon Héros



- **Encourager** les jeunes à parler de leurs expériences personnelles pour surmonter leurs propres tabous et à exprimer clairement leurs besoins de PF/SR pour les adultes et les partenaires intimes.
- **Célébrer** les « héros » (adultes ou partenaires) qui ont surmonté les tabous pour parler de santé reproductive et de contraception avec les jeunes et encourager d'autres adultes à faire de même.
- **Stimuler** la discussion entre les jeunes et les adultes pour identifier et surmonter les normes restrictives et les tabous en matière de PF/SR afin d'aider les jeunes à vivre une vie épanouie.
- **Promouvoir** les attitudes positives et l'acceptation de l'utilisation des méthodes de PF par les jeunes.
- **Faciliter** l'utilisation éclairée et volontaire de méthodes modernes de PF chez les jeunes.

Etude de cas : « Imaginer »

En quoi consistait la campagne Merci Mon Héros?



- Bandes dessinées
- Emissions en caméra cachée
- Interventions sur divers media

Étude de cas : Imaginer

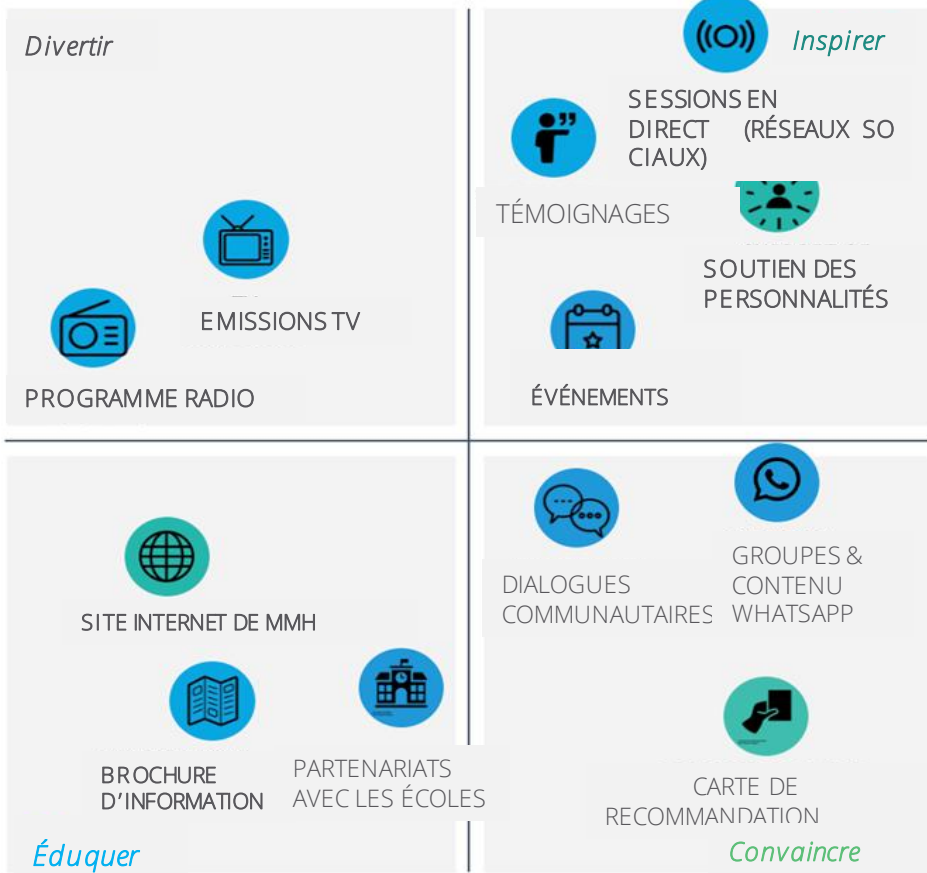
En quoi consiste la Campagne Merci Mon Héros?



Prise de conscience → Action

Emotionnel

Pragmatique



● Les idées générées lors des sessions d'idéation avec l'équipe de conception

● Autres pistes à explorer

Affiner, Prototyper, et Tester

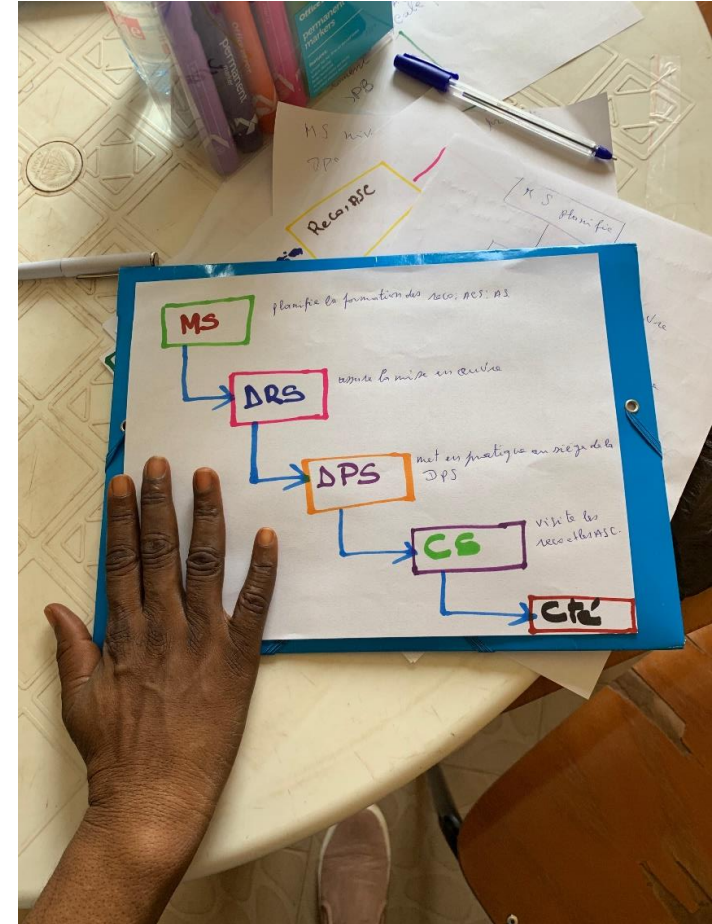
Affiner



1. Affiner les idées initiales et constituer un sous-ensemble des idées les plus prometteuses.
2. Établir des priorités sur la base de critères définis d'un commun accord, notamment :
 - L'innovation
 - La désirabilité
 - L'impact
 - La possibilité d'être mis à l'échelle
 - Faisabilité
3. Tenir compte des différents segments d'audience.
4. Transformer les meilleures idées en concepts.

Prototype

- Objectif : rendre les idées visibles, concrètes, et malléables (*sans avoir besoin de faire de grosses dépenses!*)
- Itérer les prototypes à basse fidélité à partir des idées les plus prometteuses afin d'obtenir un feedback rapide et régulier.
- Les prototypes à basse fidélité peuvent être présentés sur différents types de formats:
 - Scénarios
 - Jeux de rôle
 - Diagrammes
 - Modèles



Crédit photo: Brooke Cretz

Tester



Photo Credit: Brooke Cretz

- Tester les prototypes auprès du public et dans l'environnement où ils seront utilisés.
 - Affiner rapidement en fonction du feedback du public.
- Répéter cette phase pour itérer et améliorer les idées jusqu'à ce qu'elles puissent être mises en œuvre à petite échelle.
- Éliminer les prototypes qui n'apportent pas satisfaction, qui sont trop complexes ou qui ne peuvent pas être mis en œuvre efficacement.

Tester

- Répétitions multiples
 - Le premier cycle d'itération permet généralement de tester la désirabilité des prototypes.
 - Le deuxième cycle permet de tester la faisabilité des prototypes.
 - Le troisième cycle permet de tester la viabilité des prototypes.
- Lorsque le prototype est définitif, passer à une phase pilote en tenant compte de:
 - Une zone géographique limitée.
 - Un délai plus long.
 - Un plan de suivi, d'évaluation et d'apprentissage (SEA).

Étude de cas : Affiner, Prototyper, et Tester

En quoi consistait la campagne Merci mon Héros



- Les prototypes d'activités et de canaux de communication satisfaisants, permettant d'atteindre les objectifs de la campagne:
 - Capsules vidéos relayant des témoignages
 - Réseaux sociaux
 - Activités communautaires
 - Média
 - WhatsApp

Capsules vidéos



VIDÉOS DE LA CAMPAGNE

Sélectionnées, filmées et produites par les jeunes membres de l'équipe, les vidéos de la campagne MMH sont généralement d'une durée de 2,5 minutes et présentent les formats suivants :

Témoignages de jeunes

Témoignages en duo

Témoignages des gardiens et d'alliés



Les jeunes parlent d'un moment sensible de leur vie où un « héros » adulte les a soutenus.



Réseaux sociaux



Réseaux sociaux

Les consultants pour les jeunes élaborent des calendriers éditoriaux chaque mois dans l'optique de susciter un échange sur un thème spécifique, ou sur une norme sociale et de genre qui impacte la SR des jeunes et l'accès à la contraception. Le contenu à diffuser sur les réseaux sociaux comprend:

- Des questions de discussion
- Des astuces pour jeunes et adultes dans le but de promouvoir des relations saines, la promotion de la jeunesse, et l'accès à la SR/PF.
- Des salutations et des citations pleines d'inspiration
- Des sessions en direct sur Facebook tous les mois avec des experts en PF et en SR, des membres de l'équipe Mon Héros, ou d'autres invites spéciaux tous les mois.

Activités communautaires



Activités communautaires

Les activités en personne ont débuté par des activités de lancement touchant des centaines de personnes à la fois. Ces activités ont évolué, et ont par la suite donné lieu à des échanges communautaires plus intimes réunissant moins de 20 personnes afin d'encourager les échanges en tête-à-tête sur la PF/SR entre les jeunes et les adultes dans un environnement propice. Breakthrough ACTION s'associe à des associations locales de jeunes et à des groupes communautaires pour organiser ces discussions.

Les médias



Médias de masse

Les émissions diffusées à la télévision et à la radio comprennent notamment des vidéos ou audios Merci Mon Héros, de brèves séquences dans lesquelles des membres de l'équipe Merci Mon Héros expliquent le contenu de la campagne et partagent une vidéo. Ces émissions comprennent également des panels d'experts réunis autour d'un thème spécifique, tel que la violence basée sur le genre.

WhatsApp



WhatsApp

Tout au long de la campagne, l'équipe de Merci Mon Héros utilisait de temps à autre la plateforme de messagerie WhatsApp pour promouvoir des événements ou des concours en ligne, en présentiel et dans les médias; pour partager le contenu de la campagne et diriger les membres vers les pages de Merci Mon Héros sur les réseaux sociaux. Elle s'est également servie de cette plateforme pour susciter des discussions autour de diverses questions.

POINT DE DÉCISION

À l'issue de la phase de conception et de test, l'équipe de projet procède à un nouvel examen des résultats obtenus à ce jour, en particulier auprès des membres de la communauté.

Les prototypes/activités sont-ils en phase avec l'objectif du projet et rentrent-ils dans son champ d'application?

Les prototypes/activités fonctionnent-ils comme prévu ? Entraînent-ils des conséquences inattendues chez les femmes ou les hommes, les garçons ou les filles ?

Les prototypes/ activités prototypes produisent-ils les effets souhaités au sein de la communauté ?

L'équipe dispose-t-elle de ressources suffisantes pour aller de l'avant dans la mise en œuvre des activités proposées ?

Récapitulatif

Phase Concevoir & Tester : Principaux points à retenir



- Réunir les parties prenantes pour les soumettre à un exercice de remue-méninges.
- Itérer les prototypes à basse fidélité pour obtenir un feedback rapide.
- Tester les prototypes auprès du public et les affiner.

Outils et Techniques

- Atelier Imaginer
- Idéation/génération d'idées
- Co-création avec les communautés
- *Design thinking* (réflexion divergente et convergente)
- Techniques/ critères de priorisation /Processus de filtrage
- Modèle pouvant être mis à l'échelle, désirable, faisable
- Segmentation d'audience
- Développement de concepts
- Développement de prototypes
- Processus d'itération
- Scénarimage
- Jeux de rôles
- Diagrammes/modélisation
- Test rapide de prototypes
- Affinage du prototype
- SEA
- Expériences en économie comportementale

Merci

 www.breakthroughactionandresearch.org

 @BreakthroughAR

 @Breakthrough_AR

 @breakthrough-action-research